

EL BOSQUE MÁGICO, SANTANDER DE QUILICHAO

**El fomento para el Turismo rural con la marca colectiva para  
“El Bosque Mágico”  
en la Vereda San Pedro, de Santander de Quilichao, Cauca.**



FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA  
DE POPAYÁN  
35 ANIVERSARIO

Arquitectura

**Fundación Universitaria De Popayán  
Sede Norte  
Facultad De Arquitectura  
Arquitectura  
2020**

**El fomento para el Turismo rural con la marca colectiva para  
“El Bosque Mágico”  
en la Vereda San Pedro, de Santander de Quilichao, Cauca.**



**Facultad De Arquitectura**

**Presentado por:**

**Lina María Sarria Álvarez**

**Directora De Trabajo De Grado:**

**Arq. Carolina Polo Garzón**

**Asesores del Seminario:**

**Planeación Estratégica Territorial Y**

**Diseño de Proyectos de Desarrollo con Énfasis Marcas Colectivas**

**Dra. Kelly Giovanna Muñoz**

Doctora En Ciencias Políticas Y Políticas

**Dr. Emiliano Palacio De Los Reyes**

Doctor En Desarrollo Rural

**Fundación Universitaria**

**De Popayán Sede Norte**

**2020**

## Tabla de contenido

1.	Introducción.....	7
2.	Formulación del problema.....	8
	• 2.1 Pregunta .....	8
3.	Objetivos.....	10
	• 3.1 Objetivo General.....	10
	• 3.2 Objetivos Específicos .....	10
4.	Justificación .....	11
5	Marco Metodológico .....	13
	• 5.1 Metodología Cualitativa .....	13
6.	Marco contextual .....	15
	• 6.1 El Departamento Del Cauca.....	15
	• 6.2 El municipio de Santander de Quilichao.....	16
	• 6.3 Vereda de San Pedro .....	18
	• 6.4 Bosque Mágico –Sendero de Guadua .....	20
7	Marco Teórico .....	26
	• 7.1 Turismo.....	26
	• 7.2 Turismo Rural.....	26
	• 7.3 Ecoturismo.....	27
	• 7.4 Marca .....	27
	• 7.5 Marca Colectiva.....	28
	• 7.6 Tipo de Logos.....	29
8	Marco Referencial .....	30
	8.1 Referente de lugares con Guadua .....	30
	• 8.1.1 Proyecto- Centro nacional para el estudio Guadua Bambú – Centro de la Guadua .....	30
	• 8.1.2 Proyecto. Teatro De Bambú/ DNA.....	33
	8.2Referente de Marca.....	37
	• 8.2.1 Marca país México: un logo con estética .....	37
	• 8.2.2Marca país Colombia:.....	38

• 8.2.3	Marca Región del Norte del Cauca.....	40
9.	Resultado .....	42
• 9.1	El Valor Cultural y Simbólico del Bosque Mágico .....	42
• 9.2	El Elemento Identitario Del Bosque Mágico.....	47
• 9.3	Propuesta de marca colectiva para el Bosque Mágico .....	54
10	Conclusiones.....	58
11	Bibliografía.....	59

## Tabla de Figuras

Fig. 1 Localización Del Departamento Del Cauca

Fig. 2 Localización De Santander De Quilichao

Fig. 3 Límites De La Vereda San Pedro

Fig. 4 Puente De Guadua.

Fig. 5 Rio Quilichao

Fig. 6 Localización Aérea De La Vía Al Sendero De Guadua. (Bosque Mágico)

Fig. 7 Fotografía De Vias Desde Un Dron.

Fig. 8 Plano Aéreo De Las Vias Del Bosque Mágico.

Fig. 9 Vía Principal San Pedro.

Fig. 10 Visual De La Entrada Al Bosque Mágico

Fig. 11 Vía Principal, San Pedro.

Fig. 12 Vía Terciaria

Fig. 13 Entrada 2 Al Bosque Mágico.

Fig. 14 Visual Del Bosque Magico Y Su Via Terciaria

Fig. 15 centro nacional de guadua bambú

Fig. 16 Zona de protección

Fig. 17 Recorridos de bambú

Fig. 18 partes de la guadua

Fig. 19 talleres de guadua

Fig. 20 Teatro bambú.

Fig. 21 Perspectivas del teatro

Fig. 22 cúpula del teatro

Fig. 23 Etapas de la cúpula.

Fig. 24 construcción de la cúpula.

Fig. 25 Marca país México

Fig. 26 Marca país Colombia

Fig. 27 Marca País Norte Del Cauca

Fig. 28 Bosque Magico con el señor Diego Serna

Fig. 29 Visual Del Paisaje De Guaduas Torcidas

Fig. 30 Fotografías Representativas Del Bosque Mágico

Fig. 31 Fotografía De Una Puerta Con Detalles De Guadua

Fig. 32 Un Escritorio En Guadua

Fig. 33 Muro Artístico De La Guadua Torcida

Fig. 34 Guadua En Su Proceso De Crecimiento

Fig. 35 Proceso Del Crecimiento De La Guadua

Fig. 36 Mobiliario

Fig. 37 Obra Artística

Fig. 38 Mobiliario Y Estructura De Vivienda

Fig. 39 colores y elementos de logo

Fig. 40 primer bosquejo del logotipo del Bosque Mágico

Fig. 41 logotipo del Bosque Mágico

Fig.42 logo con diferente fondo

## 1. Introducción

En el municipio de Santander de Quilichao departamento del Cauca, cuenta con una favorable mezcla de riquezas paisajísticas, de flora y fauna, para desarrollar un proyecto que permita dar a conocer los atractivos turísticos como es en “el Bosque Mágico “con lo que cuenta este municipio, uno de los lugares con gran potencial, donde se centrara el siguiente trabajo. A continuación, se desarrollara, cómo lograr fomentar el Turismo Rural para el Bosque Mágico en la vereda San Pedro, en Santander de Quilichao, cuyo potencial del lugar son las guaduas torcidas que el señor José Diego Serna ha cultivado en este espacio natural, durante más de 30 años. Se pretende con el turismo rural impactar el desarrollo económico, social y medio ambiental.

De acuerdo con la metodología de la investigación se permite detallar paso a paso las oportunidades para el desarrollo de un proyecto de turismo rural sostenible y de alto impacto social en la vereda de San Pedro y en el municipio de Santander de Quilichao. Adicionalmente, se analizaron proyectos como referencias para desarrollo del Bosque Mágico y con la meta de identificar aciertos y fracasos, implementando elementos potenciales que permitan definir parámetros de diseño y como principal elemento a tener en cuenta es el diseño de una la marca colectiva.



## **2. Formulación del problema**

El turismo rural en Santander de Quilichao, Cauca, es muy escaso o nulo. Debido a situaciones al margen de la Ley o por la falta de incentivación de las autoridades competentes, quienes inicialmente deben promover el cuidado y control de sus recursos naturales. En el municipio de Santander de Quilichao, “El Bosque Mágico” de la vereda San Pedro, es un lugar que actualmente carece de reconocimiento turístico, pese a tener un gran potencial en recursos naturales, económicos, culturales y su biodiversidad.

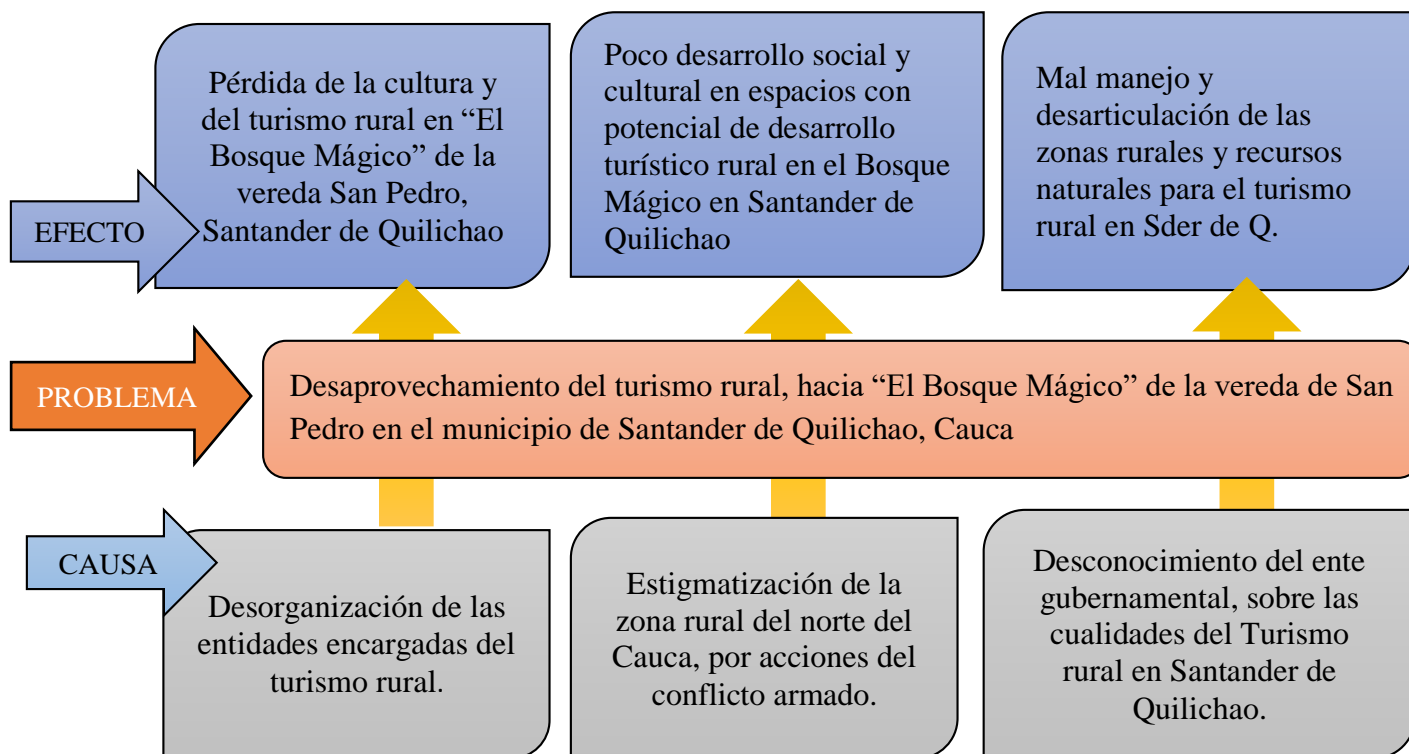
En el mismo sentido, sus recursos no son aprovechados, ni fortalecidos para la conservación del desarrollo turístico alternativo en esta zona rural. De aquí, es que se hace relevante, destacar un proyecto de investigación que permita generar una propuesta de desarrollo turístico rural con la marca colectiva del “ Bosque Mágico” de la vereda San Pedro, porque, el turismo rural, según la corporación (IICA, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2014) dice que, el turismo rural ha ganado importancia debido a una demanda creciente por actividades alternativas al turismo tradicional y apoyado por el hecho de que transmite una imagen ‘natural’, de vida sana y preocupación por la salud, que corresponde a lo que buscan muchos habitantes de las zonas urbanas.

Por lo anterior, el turismo rural hacia “El Bosque Mágico” de la vereda San Pedro, ayudará a mediar las limitaciones económicas, el reencuentro con la paz, el poco desarrollo social y se fomentará el desarrollo territorial.

### **2.1 Pregunta**

¿Cómo fomentar el turismo rural, hacia “El Bosque Mágico” de la vereda de San Pedro en el municipio de Santander de Quilichao, Cauca?

Tabla 1 Árbol del problema del proyecto



Fuente: Elaboración propia

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo General**

Fomentar el turismo rural con la marca colectiva, hacia “El Bosque Mágico” de la vereda de San Pedro en el municipio de Santander de Quilichao, Cauca

#### **3.2 Objetivos Específicos**

1. Identificar el valor cultural y simbólico del Bosque Mágico en la zona rural, de la vereda San Pedro.
2. Destacar el elemento identitario del Bosque Mágico de la vereda San Pedro de Santander de Quilichao.
3. Proponer el fomento del turismo rural con la construcción de una marca colectiva de “El Bosque Mágico”.

#### 4. Justificación

En el contexto del norte del Cauca, el turismo rural es una excelente opción para el desarrollo social, económico alternativo y sostenible, con una buena marca colectiva, que promueva el proyecto. Por este motivo, la consolidación del turismo hacia “El Bosque Mágico” potenciaría la nueva economía e impactaría al desarrollo social, se fomentaría la conservación de la naturaleza y el rescate de valores culturales.

De acuerdo como lo referencian, Yomayusa Martínez, L., & Amparo Vivas Osorio, G. (2014). “El turismo se ve como una de las actividades más relevantes del desarrollo en la sociedad, consolidándose como principal actividad económica de muchos países y regiones, siendo el sector más rápido en su crecimiento en la fomentación de empleo e ingresos en el mundo”, Por esa razón es importante resaltar el turismo rural, hacia “El Bosque Mágico” que permite disfrutar de la biodiversidad cultural, la belleza de la flora y fauna con la que cuenta este hermoso lugar en la vereda San Pedro. El desarrollo de este tipo de propuestas con la marca colectiva busca atraer turistas nacionales e internacionales que además de disfrutar, promuevan la consolidación económica, mejorando la calidad de vida y la conservación de los recursos naturales y culturales.

También nos expresa, Yomayusa Martínez, L., & Amparo Vivas Osorio, G. (2014), que en “los últimos años se observa un cambio en el comportamiento de los turistas, los cuáles buscan otra forma de conocer los lugares, mostrándose como personas activas en sus viajes” donde se debe enfocar que en el siglo XXI, se debe incentivar a la juventud y los turistas, para que conozcan otros lugares y realicen más actividades de recreación, exploración cultural. Por estas razones, la innovación y la bio-diversidad en “El Bosque

Mágico” son de gran acogida que incluye el uso de la guadua y su gran variedad de construcciones, proyectando así un potencial turístico rural a través de las marcas colectivas, que se hace necesario promocionar, asumiendo el compromiso de construir otra tendencia innovadora y ecológica, generando una imagen positiva para el municipio, ante Colombia y el mundo.

## 5 Marco Metodológico

### 5.1 Metodología Cualitativa

El enfoque cualitativo, a veces referido como investigación naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica, es una especie de "paraguas", en el cual se incluye una variedad de concepciones, visiones, técnicas y estudios no cuantitativos. Se utiliza en primer lugar para descubrir y refinar preguntas de investigación. En la mayoría de los estudios cualitativos no se prueban hipótesis, estas se generan durante el proceso y van refinándose conforme se recaban más datos o son un resultado del estudio. El enfoque se basa en métodos de recolección de los datos no estandarizados. La recolección de los datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes, según lo describe en metodología de la investigación (1998).

A continuación, se enfocará el proceso del trabajo, que se llevó a cabo para el desarrollo territorial en la parte rural en “El Bosque Mágico” de la vereda San Pedro, Santander de Quilichao, generando fomentar la marca colectiva, con el turismo rural. De acuerdo con los procesos a continuación, se abordó estos pasos de diagnóstico y análisis para el Bosque Mágico que encaminan y son de gran aporte para promover a esta empresa turística.

Basándose en “**El diseño de una estrategia e innovación tecnológica**” según Rodríguez Benítez C, 2007, nos detalla los procedimientos para determinar cómo generar los pasos importantes para la investigación del documento y proceso del diseño de la Marca.

Las tres etapas básicas son las siguientes:

- A. Diagnóstico:** Conocimiento de la situación, recopilación de la información de interés y evaluación de los factores clave de la economía en el territorio.

- Establecer un horizonte estratégico para el desarrollo del proyecto.
- Mejorar el conocimiento de la situación territorial en términos de innovación, haciendo patente un diagnóstico de situación y un análisis DOFA.

**B. Análisis:** Análisis de las necesidades de innovación. Análisis de la oferta tecnológica

Identificación de las tecnologías más relevantes desarrolladas, así como los servicios fundamentales prestados por los distintos organismos de apoyo.

- Optimizar los programas de promoción de la innovación, así como el diseño de nuevos instrumentos y medidas.
- Detectar, optimizar y conectar en red la oferta tecnológica.

**C. Diseño:** Definición de la Estrategia Territorial de Innovación y Transferencia de Tecnología y establecimiento, en función del resultado del proceso de análisis anterior, de los objetivos, programas, medidas y recursos financieros necesarios para el desarrollo.

- Favorecer un marco integrador de los diferentes agentes gubernamentales que consideren dentro de sus pilares el diseño de políticas de apoyo a la innovación.
- Crear enlaces estables entre los diferentes ámbitos del sistema de innovación.
- Abordar los pasos necesarios para promover decididamente una verdadera cultura de la innovación en el territorio.

## 6. Marco contextual

### 6.1 El Departamento Del Cauca

El Departamento del Cauca se encuentra ubicado al Suroccidente de Colombia (ver fig. 1). El Cauca es muy diverso geográfica, social y culturalmente. El Cauca, cuenta con gran riqueza natural y variedades de especies de flora y fauna. También existe una importante variedad étnica (indígenas, negros y mestizos), de quienes podemos apreciar sus manifestaciones artísticas y culturales. Como lo expresan en el Sistema nacional de información cultural, SINIC.

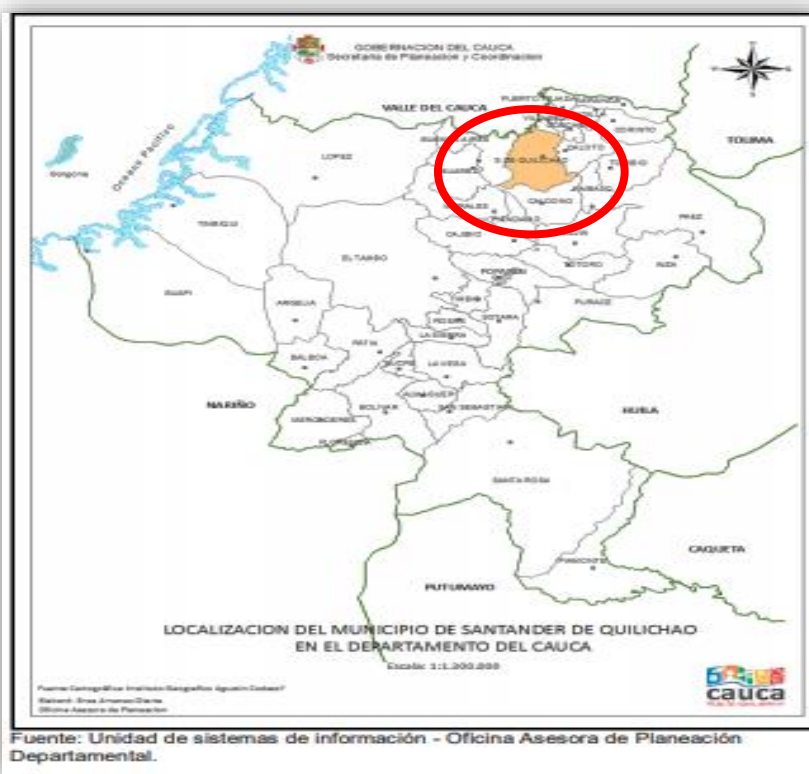


FIG. 1 LOCALIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA

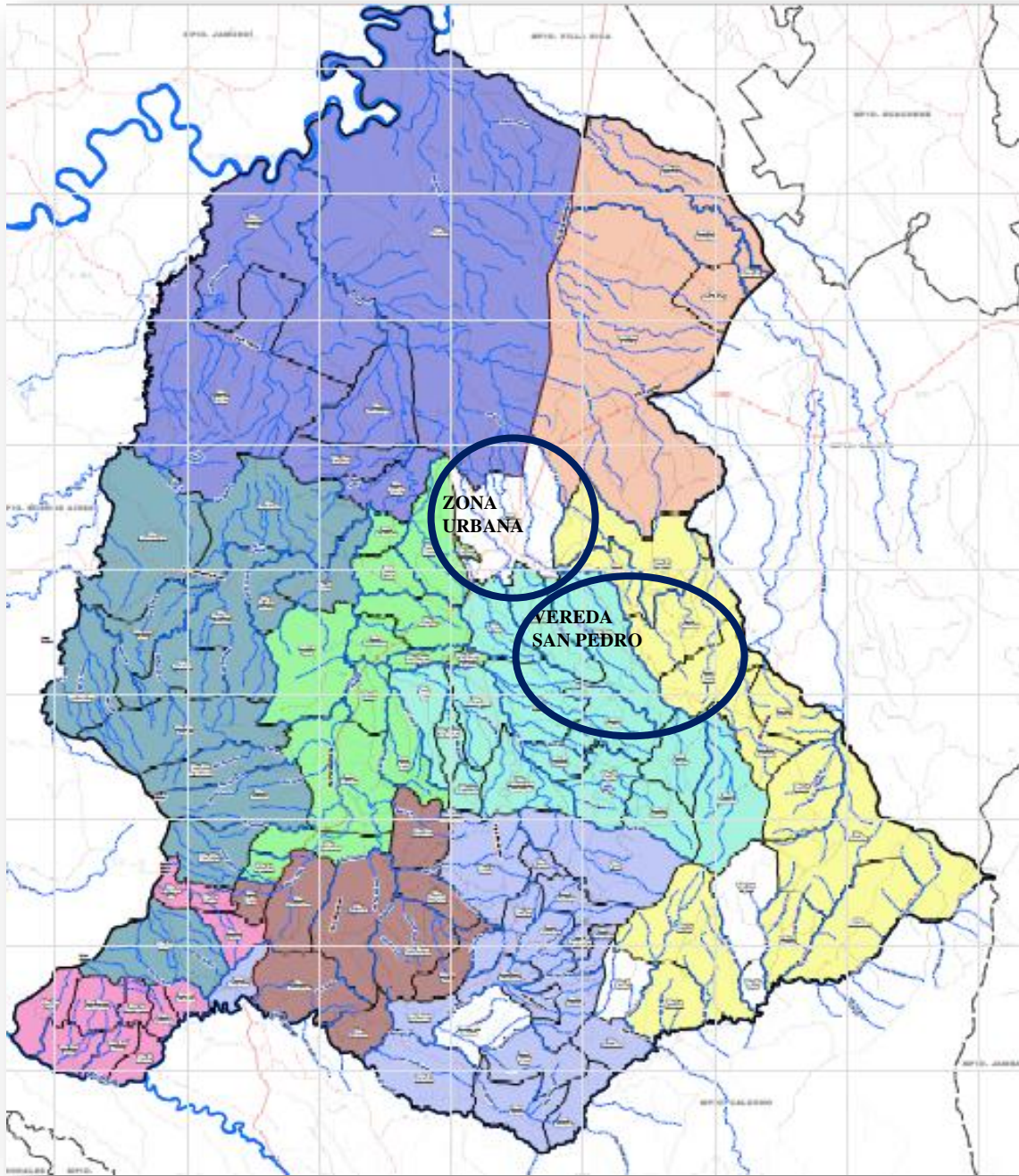


## 6.2 El municipio de Santander de Quilichao

El municipio, Santander de Quilichao, “se encuentra ubicado en el departamento del Cauca a la margen derecha del río Cauca, entre las cordilleras central y occidental. Su territorio es atravesado por la vía Panamericana, que comunica a Colombia con el resto de Sur América” Como lo refiere Diego Gilberto Paredes.

La extensión total del municipio, es de 518 Km<sup>2</sup>. El área urbana representa 8,58 Km<sup>2</sup> y se divide territorialmente en 43 barrios. Como área urbana, también cuenta con un corregimiento: Mondomo. La extensión del área rural representa 509,42 Km<sup>2</sup>, conformado por 104 Veredas y 4 resguardos indígenas. Según lo menciona Yomayusa Martínez, L., & Amparo Vivas Osorio, G. (2014). (Ver fig. 2).

Su enfoque económico, se destaca la agricultura, la industria, que se fortalece por la potencial que cuenta el municipio, gracias al beneficio de la Ley Páez y el comercio interno. De esta manera, el desarrollo económico de Santander de Quilichao se ve altamente beneficiado por su ubicación y sus características geográficas. Según nos indica en Santander a grandes pasos.



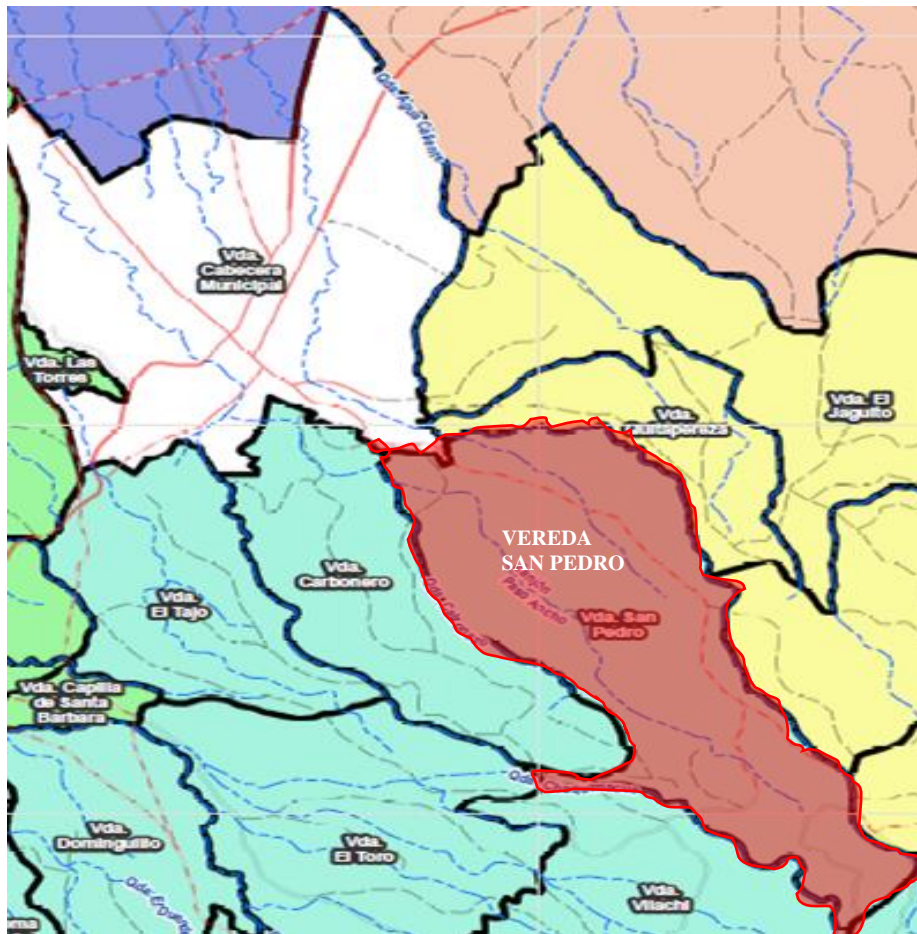
Fuente: IGAC. Base cartográfica /2008, límites políticos/ 2004, límites veredales / 2014. fecha feb/2015, contacto [info@eqsocial.org](mailto:info@eqsocial.org)

FIG. 2 LOCALIZACIÓN DE SANTANDER DE QUILICHAO.

### 6.3 Vereda de San Pedro

Se encuentra ubicada en la parte alta de Santander de Quilichao y sus límites son: hacia el oriente con la vereda Santa Rosa y Pavitas; al Occidente con el casco urbano de Santander y la vereda Carbonero; al norte limita con la vereda Palmichal y Quita Pereza; al Sur con la vereda Vilachí y El Águila. (Ver fig. 3) .Según dice en Santander en compromiso de todos.

#### Zona Rural vereda San Pedro



Fuente: IGAC. Base cartográfica /2008, límites políticos/ 2004, límites veredales / 2014. fecha feb/2015, contacto info@eqsocial.org

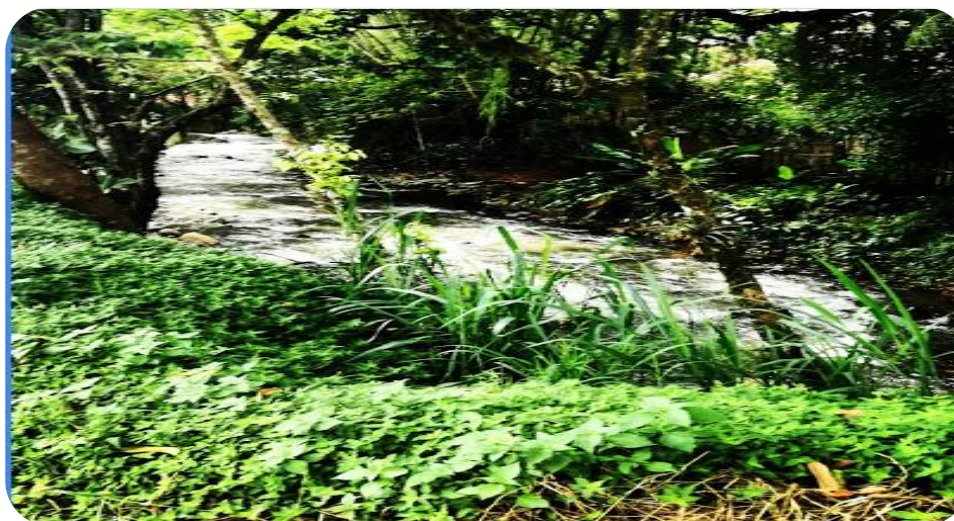
FIG. 3 LÍMITES DE LA VEREDA SAN PEDRO

La vereda San Pedro, es atravesada por el río Quilichao (Ver Fig. 5), el cual con sus aguas cristalinas y frías incitan a las visitas turísticas para encontrar disfrute y descanso por sus riveras y charcos. El río, es un lugar muy frecuentado por los habitantes Quilichagüenos, quienes pueden apreciar la construcción arquitectónica de un Puente de Guadua como elemento simbólico por su diseño (Fig. 4). El puente fue construido en el año 2007 por la alcaldía municipal. Según lo menciona en Santander a grandes pasos



Fuente: [www.google.com/maps/place/San+Pedro,+Santander+de+Quilichao,+Cauca/@2.97584](http://www.google.com/maps/place/San+Pedro,+Santander+de+Quilichao,+Cauca/@2.97584),

FIG. 4 PUENTE DE GUADUA.



Fuente: [www.google.com/maps/place/San+Pedro,+Santander+de+Quilichao,+Cauca/@2.97584](http://www.google.com/maps/place/San+Pedro,+Santander+de+Quilichao,+Cauca/@2.97584),

FIG. 5 RIO QUILICHAO

## 6.4 Bosque Mágico –Sendero de Guadua

El Bosque Mágico, se encuentra ubicado a 3.3 km, del casco urbano de Santander de Quilichao, Cauca (Ver fig. 6)

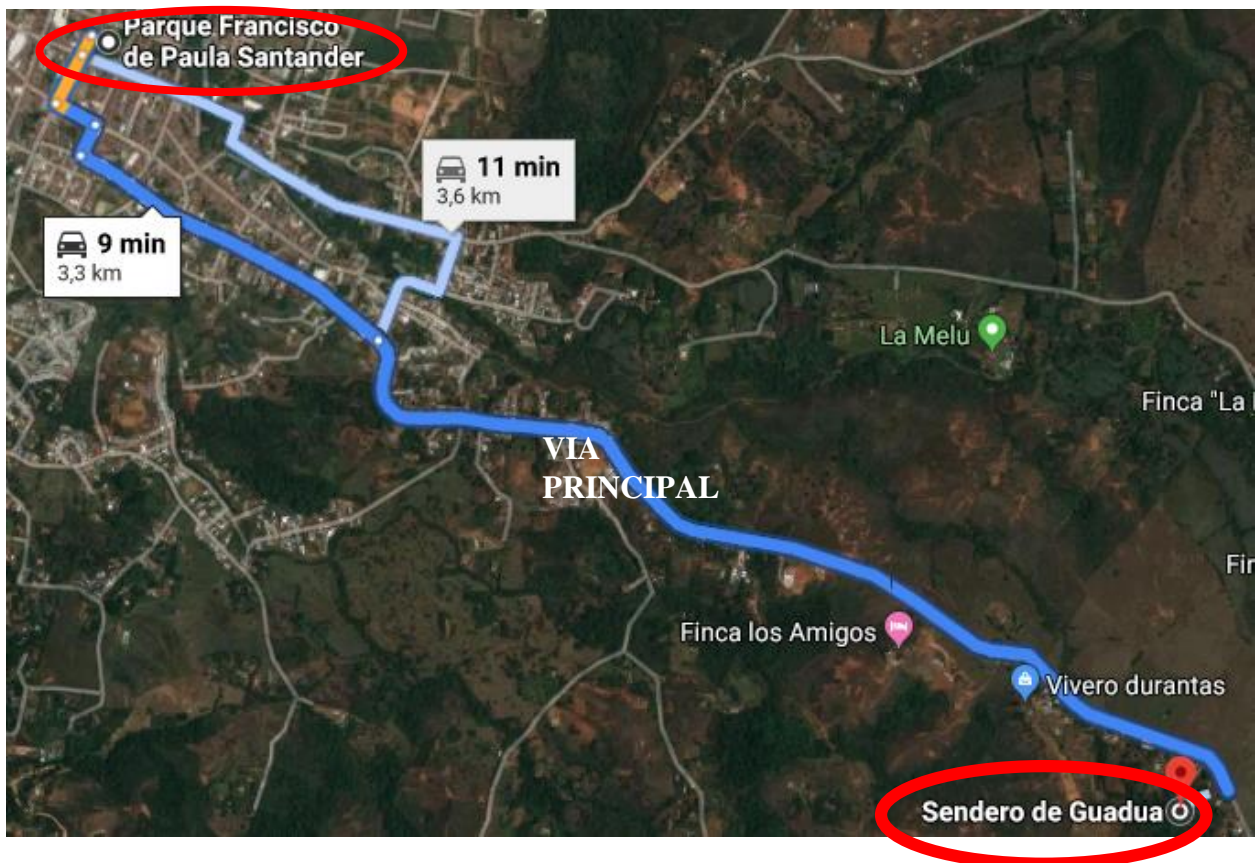


FIG. 6 LOCALIZACIÓN AÉREA DE LA VÍA AL SENDERO DE GUADUA. (BOSQUE MÁGICO)

Fuente: Google Maps



Fuente: [geoportal.igac.gov.co/es/contenido/consulta-catastral](http://geoportal.igac.gov.co/es/contenido/consulta-catastral).

● Entrada al bosque mágico

FIG. 7 PLANO AÉREO DE LAS VIAS DEL BOSQUE MÁGICO.

El Bosque Mágico cuenta con una vía principal de la vereda San Pedro, (ver fig. 7 y fig. 8) y también con una vía terciaria para llegar a este lugar natural por medio de una trocha.



FIG. 8 FOTOGRAFÍA DE VÍAS DESDE UN DRON.

Fuente: Imagen propia.

La vereda San Pedro cuenta con servicio de transporte colectivos rurales Trans- oriente de lunes a domingos y festivos. (Ver fig. 9) Según lo menciona en Santander a grandes pasos. La vía principal es muy transitada por motos y carros en horas del día, en donde muchos habitantes de Quilichagüenos se trasladan a este bello paisaje natural para su recreación y ocio.



FIG. 9 VÍA PRINCIPAL SAN PEDRO.

Fuente: Imagen propia.



FIG. 10 VISUAL DE LA ENTRADA AL BOSQUE MÁGICO

Fuente: Imagen propia.





**FIG. 11 VÍA PRINCIPAL, SAN PEDRO.**

Fuente: Imágenes propias



**FIG. 12 VÍA TERCIARIA**

Fuente: Imágenes propias

Las imágenes muestran puntos de referencias para llegar al Bosque Mágico.



FIG. 13 ENTRADA 2 AL BOSQUE MÁGICO.



FIG. 14 VISUAL DEL BOSQUE MAGICO Y SU VIA Terciaria

Fuente: Imágenes propias.

## 7 Marco Teórico

### 7.1 Turismo



Fuente imagen: (iica, 2014)

El turismo es un instrumento valioso, ya que aporta nuevas formas de ingresos y empleo, aprovechando las características únicas, el medio ambiente, y la cultura que ofrece una comunidad particular, según lo describe en IICA, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2014). También en la Organización Mundial del Turismo (OMT) de las Naciones Unidas describe el turismo como “un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”. (OMT 2014)

### 7.2 Turismo Rural.

El turismo rural puede ayudar a las comunidades a enfrentar y frenar procesos de migración de la población hacia las ciudades, el abandono de actividades agrícolas y agroindustriales, el descuido del área natural o urbana, etc.; incluyendo fomentar la autoestima de los actores locales, y ser el incentivo para la instalación de áreas naturales protegidas, obras de

infraestructura, entre otras ventajas, según IICA, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2014). También lo que menciona “Rivera & Blanco, 2003” el turismo en espacios rurales, es “un concepto amplio que se refiere a las diferentes actividades de esparcimiento que se pueden realizar en el medio rural”

### **7.3 Ecoturismo**

Se define en IICA, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2014), como “el viaje responsable a las áreas naturales para conservar el medio ambiente y mejorar el bienestar de las personas locales”. De acuerdo con, TIES 1990, expresa los siguientes principios:

Minimiza los impactos ambientales y sociales, aumenta la conciencia y el respeto por el ambiente y la cultura. Ofrece experiencias positivas, tanto para los visitantes como para los anfitriones, ofrece beneficios financieros directos para la conservación, provee beneficios financieros y participación real para la población local y aumentar la sensibilidad de los turistas hacia el país anfitrión en su clima político, cultural y social.

### **7.4 Marca**

Se describe según Valdés de León, Gustavo A (2010), que la Marca como un signo lingüístico que se manifiesta en dos registros diferentes y complementarios, el de lo verbal (el nombre) y el de lo visual (la Marca diseñada). Este signo tiene como función principal, entre otras, la de representar de manera condensada la identidad y el carácter asumido como propio por una empresa o institución –así como la identidad y el carácter atribuidos a sus productos y servicios– garantizando a las empresas e instituciones la propiedad exclusiva de los productos y servicios. También dice que la Marca es una de los “herramientas”

comerciales por medio de la cual las empresas o instituciones concurren al Mercado en el que, como es sabido, los públicos consumen tanto productos como signos, territorio sobre el cual despliegan su acción misional el Marketing y la Publicidad.

### **7.5 Marca Colectiva**

Como lo describe García M, A. Luis (2006) Las marcas colectivas nacen como parte de una necesidad de los empresarios, sobre todo de los pequeños, de asociarse o agruparse para la oferta de productos o la prestación de servicios comunes, también es adoptada por una entidad colectiva, una asociación de productores, fabricantes, u otra organización de personas legalmente establecidas, y sirve para distinguir los productos o servicios ofertados por los miembros de la asociación o consorcio. El uso de marcas colectivas no impide utilizar marcas individuales o propias.

Según en el Ministerio De Desarrollo Social. (2015), el objetivo de las marcas colectivas es mejorar la calidad de vida de las personas a partir de la promoción social y a través del trabajo. La Marca Colectiva es una de las herramientas estratégicas de las políticas de desarrollo socio productivo, en las marcas colectivas hay dos ejes centrales, uno es la Economía Social que designa actividades productivas que priorizan la satisfacción de necesidades básicas, teniendo en cuenta valores solidarios, asociativos y comunitarios y el segundo en el Comercio Justo que promueve la igualdad de oportunidades y el respeto hacia el trabajo de los emprendedores.

## 7.6 Tipo de Logos

<b>Tipos De Logo.</b> (Creativo, 2014)	
<b>Forma:</b>	<b>Técnica De Diseño:</b>
<p><b>Simbólico:</b></p> <p>Logotipos que son solo un símbolo, fuera de serie, sencillo y que es emblemático de una empresa.</p>	<p><b>Abstracto:</b></p> <p>El símbolo representa una forma real en sentido figurado, difícil de identificar a primera vista y que promueve los propósitos de la empresa de una manera simple.</p>
<p><b>Tipográfico:</b></p> <p>Logos cuyo diseño es solo de texto con un estilo tipográfico.</p>	<p><b>Descriptivo:</b></p> <p>El símbolo es representado en una forma realista que identifica muy fácilmente los atributos y servicios de la Empresa.</p>
<p><b>Simbólico Y Tipográfico:</b></p> <p>Logotipos diseñados con texto y un símbolo alrededor de su tipografía.</p>	<p><b>Ilustrado:</b></p> <p>El símbolo del Logotipo es un dibujo ilustrado, con luces, sombras, volumen y perspectiva.</p>
<p><b>Emblema:</b></p> <p>Un Emblema tiene texto y símbolos también, pero en este tipo la tipografía se encuentra en el interior del símbolo</p>	<p><b>Tridimensional:</b></p> <p>Creado con parámetros 3D.</p>

## 8 Marco Referencial

### 8.1 Referente de lugares con Guadua

#### 8.1.1 Proyecto- Centro nacional para el estudio

##### Guadua Bambú – Centro de la Guadua

En Córdoba se encuentra el Paisaje Cafetero Colombiano (el Centro Nacional para el Estudio del Bambú Guadua), un lugar de gran valor para aprender sobre este material cuya versatilidad lo ha llevado a ser catalogado como el acero vegetal. Teneche (2015)



Fig. 15 Centro nacional de guadua bambú

Fuente de imágenes: web,  
<https://www.crq.gov.co/index.php/2016-04-06-13-35-04/portafolio-de-servicios>

Pueblos enteros, sostenidos en guaduas, soportando el paso de los años, declarado como Paisaje Cultural de la humanidad por la UNESCO, pues no solo el verde que tapiza las laderas enmarca la belleza singular que hoy es atractivo para el turismo nacional e internacional, sino la armonía que el mismo conjuga con la arquitectura y colorido de sus edificaciones, tanto en las zonas rurales como en las urbanas. Teneche (2015)



#### **Guaduales naturales en zonas de protección de fuentes hídricas y área de humedal**

Fuente de imágenes: web, <https://www.crq.gov.co/index.php/2016-04-06-13-35-04/portafolio-de-servicios>

### Sendero de interpretación ambiental de 1,4 km.



Fuente de imágenes: web, <https://www.crq.gov.co/index.php/2016-04-06-13-35-04/portafolio-de-servicios>

Fig. 16 Zona de protección

En el año de 1986, la Corporación Autónoma Regional del Quindío, CRQ, creó el Centro Nacional para el Estudio del bambú Guadua, con el objetivo de promover estudios, investigaciones y nuevas tecnologías en la propagación y el manejo cultural e innovaciones en el uso artesanal e industrial de la guadua.

En el año 1988 la CRQ fue distinguida con “El PREMIO NACIONAL DE BAVARIA DEL MEDIO AMBIENTE” por la importancia que tiene, ya que representan el Centro Nacional para el estudio del Bambú en Guadua en Colombia, se encuentra en el campo de la investigación, y por los logros que se han obtenido, con los estudios de este Bambú Americano como recurso natural e industrial, según dice Teneche, 2015.

### Colecciones vivas de Bambú Americano y Asiático

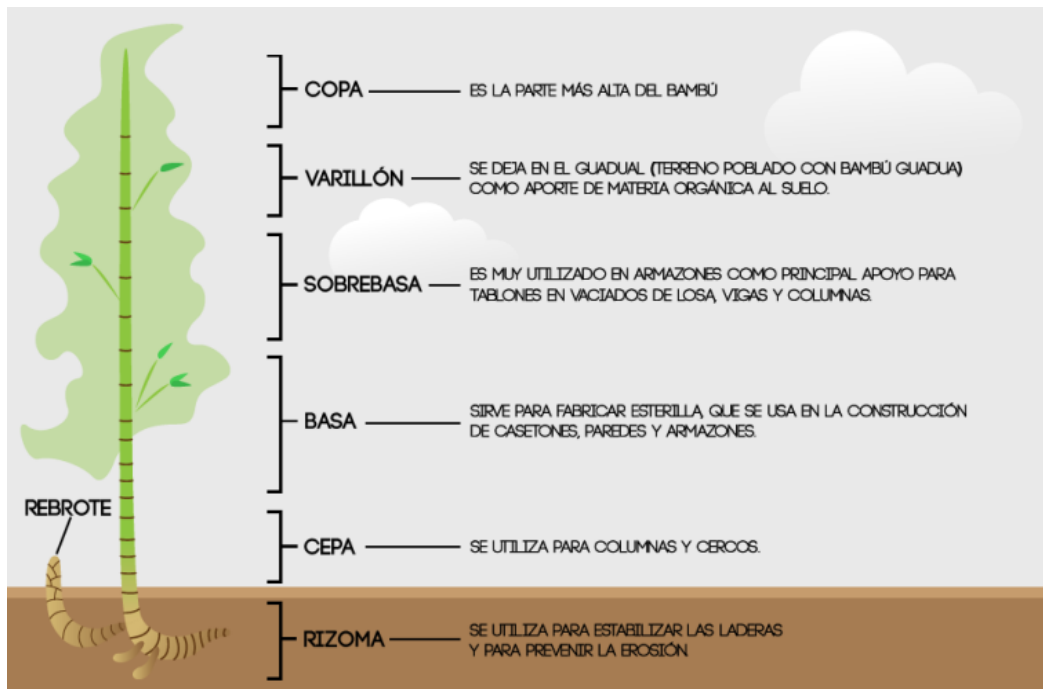


Fuente de imágenes: web, <https://www.crq.gov.co/index.php/2016-04-06-13-35-04/portafolio-de-servicios>

Fig. 17 Recorridos de bambú



La arquitectura regional de la zona cafetera adoptó la tradición indígena del cultivo y el manejo de la guadua en las técnicas constructivas, la guadua de bambú es de rápido crecimiento que puede alcanzar los 25 metros de altura en 6 meses, es una planta que regula la humedad del suelo, porque retiene agua en periodos lluviosos y la entrega en periodos secos. Teneche (2015)



Fuente: web, <https://guaduabambucolombia.com/guadua-inmunizada-2/>

Fig. 18 partes de la guadua

En este sitio se desarrollan Cursos de construcción con guadua en donde se aprende a diseñar y a construir su casa aprovechando correctamente un guadual. Estos cursos están dirigidos a toda aquella persona que desea aprender las técnicas adecuadas tanto del manejo productivo de la guadua como las técnicas de corte, preservado, secado y ensambles adecuados prácticos de la guadua ya sea para hacer mobiliario y especialmente desarrollo de estructuras. Teneche (2015) (ver fig. 19).



Fuente: web, <https://guaduabambucolombia.com/gadua-inmunizada-2/>

Fig. 19 talleres de guadua

### 8.1.2 Proyecto. Teatro De Bambú/ DNA

En el proyecto del teatro de bambú, se puede observar cómo se crean espacios con un material flexible que es de gran referencia para el bosque mágico en Santander de Quilichao.



Fig. 20 Teatro bambú. Fuente de la imagen 1: archdaily. Com – plataforma arquitectónica

Es un proyecto de arquitectos DNA, en el pueblo de Hong-Kong. Se diseñó inspirado en un escenario de teatro, enfocándose en el bambú que crece rápidamente. La importancia del bambú en la cultura china surge de un rango de cualidades tales como su estructura flexible,

el efecto de luz verde brillante que genera, sus muchas variedades y sus propiedades técnicas como material. Tiantian Xu, (2015) (ver fig. 20)

En las siguientes imágenes se puede observar la relación hay con el medio natural, como se transforma este espacio de permanencia para crear un teatro, y hace que la construcción de una cúpula en bambú, el arquitecto utilizó un enfoque de baja tecnología que tiene en cuenta el rápido crecimiento y la calidad flexible del material.



Fig. 21 visuales del teatro

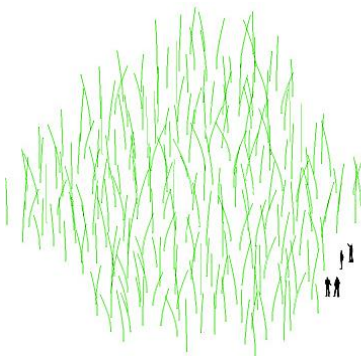
Se puede observar cómo es la interacción en el teatro de bambú, un lugar que permite transmitir la luz por el centro de la cúpula, en la otra imagen se puede ver desde planta como se forma y se ve el teatro en medio del bosque. (Ver fig. 21)



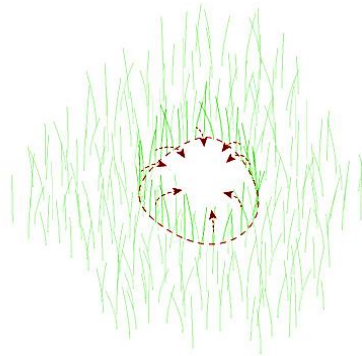
Fig. 22 cúpulas del teatro

Una vez instalada, la cúpula creciente requiere de poco mantenimiento: se entrelazan brotes de bambú más jóvenes en la cúpula existente y se quitan los viejos. Esta arquitectura Bio-orgánica, en un entorno natural, facilita actividad que van desde los espectáculos del pueblo hasta la meditación individual en la naturaleza. Tiantian Xu, (2015)

**La 1 etapa**



**La 2 etapa**



**La 3 etapa**

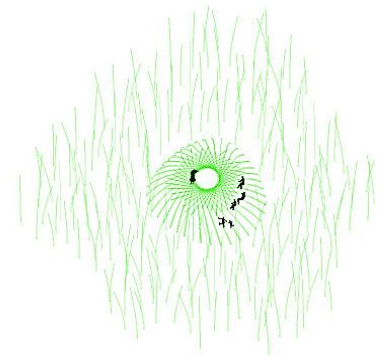


Fig. 23 Etapas de la cúpula. Fuente: archdaily. Com – plataforma arquitectónica

En las imágenes muestra como empieza la construcción del teatro, en la 1 etapa muestra como un material flexible como lo es el bambú crece aproximadamente a unos 12 metros. En la etapa 2 se le puede dar forma a la cúpula, amarrándolas entre sí, pero formando un círculo en el centro y en la etapa 3 se disfruta del espacio natural que ofrece el bambú.



Fig. 15 construcción de la cúpula. Fuente: archdaily. Com – plataforma arquitectónica

## 8.2 Referente de Marca

### 8.2.1 Marca país México: un logo con estética

(Guía breve de uso de Marca México/País).



Fuente: Web Guía breve de uso de Marca México/País.

Fig. 25 marca país México.

La imagen de la marca país México está conformada por la palabra MÉXICO, haciendo una mezcla de letras altas y bajas, con la tipografía Myriad Pro3 (formato OpenType) como se muestra en la figura.

Su gama de colores, está diseñada con seis Fuente: Web de El Portal de las Ideas Creatividad.

Figura 1. Marca país México: un logo con estética México, con valores cromáticos.

1. Rojo (PMS4 1795 y 24% de negro): es el color patrio, símbolo de pasión y sangre.
2. Magenta o rosa mexicano (PMS process magenta y 20% de negro): pigmento generado por los ancestros de México; símbolo del carisma mexicano.
3. Amarillo (PMS 130 C y 15% de negro): es el color de luz, energía, riqueza, calidez y brillo.
4. Morado (PMS 248 C y 25% de negro): color popular de misterio y magia.
5. Verde (PMS 376 C y 20% de negro): color de abundancia y vida.

6. Turquesa (PMS 7467 C y 25% de negro): color propio de las costas mexicanas.

### 8.2.2 Marca país Colombia:



Fig. 26 Marca país Colombia. Fuente: <http://www.designals.net/2012/09/rediseño-marca-colombia/>

El logotipo gira entorno a un juego tipográfico inspirado en el código alfabético **ISO**, que desde 1974 identifica a Colombia con las letras “**CO**” y que está presente en dominio **.co** de Internet. La idea es renovar la marca, haciéndola más moderna, adaptándose a los medios digitales.

Además, Claudio Hoyos, el responsable del proyecto, indicó que la marca intenta representar las regiones geográficas del país de forma geométrica, tratando de resolver cinco áreas asociadas cada una a un color.

**Verde** representando la riqueza natural, el **azul** a los ríos y océanos, el **amarillo** asociado al sol y las riquezas de su patrimonio, el **rojo** representa la alegría y la pasión, y por último el **violeta** haciendo un llamado a la orquídea (flor nacional).

Colombia, como muchos otros países de Latinoamérica, decidió cambiar su marca global como país para el exterior. Deja al país en una buena posición en cuanto a presencia se trata, con respecto a sus vecinos.

Colombia es un país que se caracteriza por su mega diversidad y precisamente eso fue lo que plasmaron en la expresión visual de la nueva marca País Colombia.

Para complementarlo y reforzarlo utilizaron un lenguaje cálido y progresista basado en 4 principios fundamentales:

Flexible:

El logo y los elementos que lo componen permiten crear mensajes innovadores, llamativos y sorprendentes.

Colorido:

Hemos escogido una gama de colores que representen y expresen el concepto de mega diversidad. Son colores que proyectan fuerza, positivismo, brillo y mucha energía.

Afectivo:

Como colombianos sabemos que nos caracteriza la amabilidad y la calidez. Por eso, estos dos elementos estarán siempre presentes en todo lo que digamos.



Fáctico:

La marca país habla de forma clara y directa, con hecho y evidencia que sustentan todo lo que anuncia.

### 8.2.3 Marca Región del Norte del Cauca



Fig. 27 Marca país Norte del Cauca. Fuente: Manual De Imagen E Identidad Corporativa del Norte del Cauca.

La marca Región del Norte del Cauca, destaca principalmente por el sentido de pertenencia de la región, donde se representa mediante un corazón, el cual conlleva a ponerle a cada producto y servicio de la región todo el amor, el esmero, cuidar y defender las costumbres lo autóctono, la identidad y las raíces del norte del Cauca.

Su logo cuenta con un corazón en tres partes, las principales vías, el samán el más simbólico del Norte del Cauca, el maíz y cereal, aguas cristalinas y naturaleza, que le dan gran valor y se resalta en el logotipo del Norte del Cauca, también, las tres gotas simbolizan el tricolor y las tres etnias las tres culturas en un solo lugar del mundo. Más que un símbolo se convierte en una marca regional, que no solo representa la imponencia de las montañas, la inmensa riqueza hídrica, de flora y fauna, cultura, tradición y evolución de la zona, si no también los valores de sus habitantes. Es una Marca Región que con alegría y emotividad genera, sentido de pertenencia y orgullo regional y que otorga a sus productos y servicios que lo exhiban un valor agregado adicional ante consumidores y clientes.

## 9. Resultado

### 9.1 El Valor Cultural y Simbólico del Bosque Mágico



Fig.28. Bosque Mágico Con El Señor Diego Serna. Fuente: Imágenes Propias

El Bosque Mágico es un espacio natural, que está conformado por guadua artística y árboles. Fue creado hace 36 años por el señor, Diego Serna Figueroa, quien hizo de este espacio un lugar atractivo y hermoso por su paisaje (ver Fig. 28). Su creador, plasma una memoria simbólica, que representa acontecimientos históricos de Colombia y del mundo. De esta manera, El Bosque Mágico, destella con la expresión cultural y simbólica de momentos tristes y alegres. En los troncos de los árboles que siembra, lo hace siempre con un mensaje o nombres de líderes políticos, artistas, escritores, entre otros. Mensaje que introduce en una botella plástica y lo ubica estratégicamente en el tronco, según lo relata, Diego.

El Bosque Mágico, desde la guadua artística, se ha convertido en un lugar atractivo y se proyecta como un lugar ideal para afianzar el turismo rural del municipio de Santander de Quilichao, para disfrutar del paisaje natural. También cuenta con un recorrido, un espacio que reúne el trabajo artesanal de su creador en el cual se disfruta de paz y tranquilidad de su naturaleza (ver fig. 29).



Fig. 29 Visual del paisaje de guaduas torcidas

### **José Diego Serna Figueroa**

Su historia empieza, desde hace aproximadamente 36 años y se ha caracterizado por su labor artística, que consiste en moldear y darle flexibilidad a la guadua en su proceso de crecimiento. Diego, se destaca como uno de los grandes artesanos que tiene la comunidad Quilichagueña, es una persona que impulsa la creatividad, la innovación y las manualidades con la guadua. Con su labor artesanal, ha permitido crear y dejar un legado ecológico para la comunidad, consistente en la preservación del medio natural, en el cual las nuevas

generaciones, cuiden el ambiente y ayuden el entorno. (Ver fig. 30)



Fig. 30 Fotografías Representativas Del Bosque Mágico



Fuente: Imágenes propias

El señor, Diego, es un artesano de la guadua, que en su misma casa fabrica: mobiliarios innovados como puertas, sillas, camas, marcos de espejos, muros (ver Fig. 31, Fig. 32 y Fig. 33).



Fig. 3116 Fotografía De Una Puerta Con Detalles De Guadua.

Fuente: Imágenes propias



Fig. 32 Un Escritorio En Guadua

Fuente: Imágenes propias



Fig. 3317 Muro Artístico De La Guadua Torcida.

Fuente: Imágenes propias

## 9.2 El Elemento Identitario Del Bosque Mágico

La guadua es una planta leñosa arborescente que pertenece a la familia del bambú, es una gramínea, un pasto gigante, por ser gramínea es la familia de la caña de azúcar, del trigo y del arroz. (Ver fig. 34) También es un producto forestal ampliamente difundido en los valles interandinos y la zona andina del país, con amplio uso en los departamentos del eje cafetero, Antioquia y el valle del cauca, por lo general se usa en actividades de construcción y otras aplicaciones a nivel rural. En Colombia se encuentran 5 formas gigantes, denominadas guadua; Guadua macana, guadua cebolla, guadua castilla, guadua cotuda, guadua amarilla. Ministerio de agricultura y desarrollo rural, programa nacional de transferencia de tecnología agropecuaria (2003)





FIG. 34 GUADUA EN SU PROCESO DE CRECIMIENTO

Fuente: Imágenes propias

En el Bosque Mágico la guadua torcida o artística, es un proceso el cual se tensiona con cabuya mediante su crecimiento. (Ver fig. 35). La guadua es un material que no se deforma por interrumpir su crecimiento vertical, la cual su creador le ejerce una fuerza de tensión desde la punta de la guadua de acuerdo como quiere que sea su curva. En el Bosque Mágico se observa gran variedad de guadua que aproximadamente crece entre 15 a 25 metros de altura.



Fig. 35 Proceso del crecimiento de la guadua

Es importante conocer las partes de una guadua, así se logrará un buen manejo de este material flexible y realizar amplias construcciones, desde mobiliarios, edificaciones, artesanías y acabados. La siguiente tabla habla sobre sus partes para tenerlas en cuenta. Referencia del Ministerio de agricultura y desarrollo rural, programa nacional de transferencia de tecnología agropecuaria, (2003)

Tabla Composición de la guadua

<b>Composición Botánica De Las Guaduas</b>	
<p><b>Rizoma</b></p> <p>Es la base principal del tallo o culmo y asegura su estabilidad, con nudos y entrenudos bajo la superficie de la tierra de donde se desprenden las raíces y raicillas (el caimán de la guadua) es el almacenador de nutrientes es el elemento apto para la propagación.</p>	<p><b>Raíces</b></p> <p>Pueden alcanzar un grosor de 5mm y profundidades hasta 1,50 M y otras se extienden de forma horizontal.</p>
<p><b>Tallo</b></p> <p>Es de forma cilíndrica y cónica, con entrenudos huecos denominados tabiques y nudos esparcidos de forma transversal que garantiza mayor rigidez, flexibilidad y resistencia de los tallos.</p> <p>La guadua está formada por fibras longitudinales que de acuerdo a su edad (juvenil, hecha, madura) se lignifican, entregándonos una extraordinaria resistencia en la parte maderable y en la cara exterior.</p>	<p><b>Ramas</b></p> <p>Son macizas en algunos casos se atrofian y son reemplazadas por espinas de 10 a 15 CM, sus ramas son muy especiales, crecen casi solitarias</p>
<p><b>Hojas</b></p> <p>Son de color verde especial, inconfundible en la distancia y en medio de otras plantaciones, sobresale el color de sus hojas,</p>	<p><b>Semillas</b></p> <p>Se asemeja a un grano de arroz (es una gramínea) de coloración blancuzca muy</p>

<p>generalmente las hojas tienen la punta muy similar a una lanza, por lo tanto, son hojas lanceoladas y lisas.</p> <p>Las hojas aportan a su vez la denominada biomasa de la hoja, transfiriendo nutrientes al suelo y demás plántulas que las rodean.</p>	<p>clara en su interior y con un café muy claro en su exterior, es de aproximadamente 5 y 8 milímetros de larga y 3 milímetros de espesor.</p>
<p><b>Flores</b></p> <p>Es muy diminuta se asemeja a una orquídea, de color violáceo o rosáceo, se dice que su color depende de la calidad del suelo donde está plantada, es una flor de vida muy corta, dura aproximadamente 48 horas, está ubicada en las partes terminales de las ramas superiores y en el primer tercio de la espiga. Se ha considerado imperfecta por tener las 2 estructuras reproductoras en el mismo culmo. Florecen todas en la misma temporada cada 15 años.</p>	<p><b>Estado De Madurez</b></p> <p>Se estima que el ciclo de vida de un tallo es entre 4 y 7 años dependiendo de las condiciones del sitio y del manejo.</p>

## La Guadua Como Elemento Artesanal En El Bosque Mágico

El resultado de la flexibilidad se observa en las guaduas curvadas, las cuales emplea en trabajos de su propiedad y el proceso para darle la forma ondulada a las plantas se requiere mucho tiempo y cuidado constante. Proclama del Cauca. (s.f.)

Algunos de los trabajos artesanales:



Fig. 36 Mobiliario

Un mobiliario único en el corredor de la vivienda, se expone la guadua curva y su nivel de creatividad el cual está dedicado 100% a su labor.



Fig. 37 obra artística

En el cuadro expresa la idea de la conservación de la naturaleza y no a la contaminación y explotación, es un legado que transmite el artesano Quilichagüño.



Fig. 38 Mobiliario y Estructura de vivienda

Los marcos de los espejos, la mesa de noche y lámparas, se han creado por el artesano Quilichagüño, muchas de sus artesanías las muestra en el corredor de su casa, las utiliza para su hogar y también hace parte estructural de su cubierta, algo fuera de lo común. (Ver fig. 38).

### 9.3 Propuesta de marca colectiva para el Bosque Mágico

#### Logotipo 1:

Es de técnica de diseño abstracto con la Guadua curva del Bosque Mágico.

#### Colores

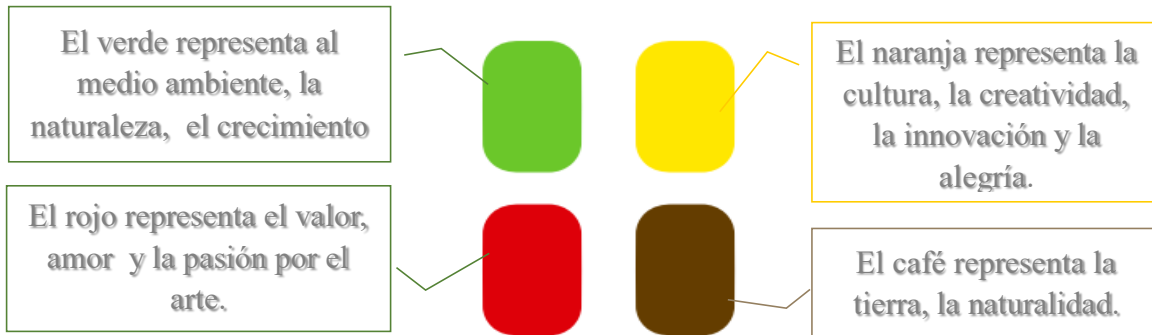


Fig. 39 colores y elementos. Fuente: propia

#### Elementos



+ **BM (SIMBOL)** + **FONT**

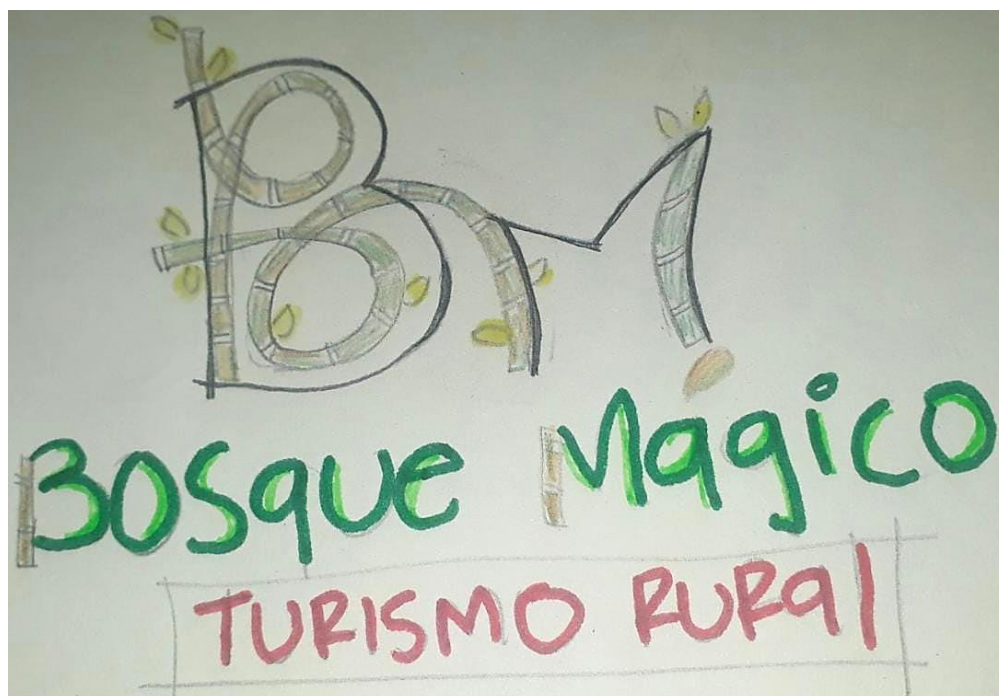
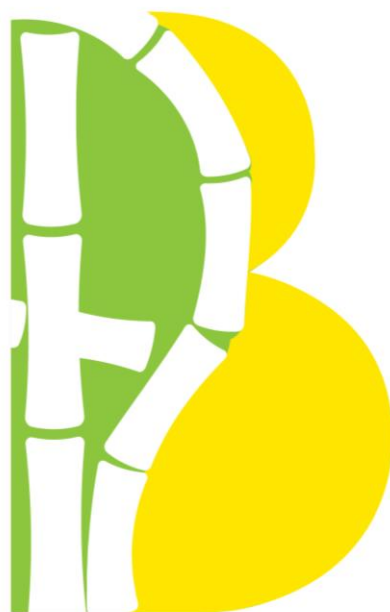


Fig. 40 primer bosquejo. Fuente: propia



Bosque mágico  
Turismo rural





Fig. 41 Logotipo. Fuente: propia





Fig. 42 logotipos con diferente fondo. Fuente: propia

## 10 Conclusiones

- Se exploraron los elementos geográficos, históricos y ambientales que hace parte del Bosque Mágico, un lugar con un valor cultural inmenso para potenciar con el turismo rural en el municipio de Santander de Quilichao y con el cual se puede mejorar la percepción que tiene la localidad ante el país y el mundo.
- Con el turismo rural es un mecanismo de desarrollo viable para el Bosque Mágico, que puede mejorar el bienestar y el aprovechamiento sostenible y sustentable del entorno natural y cultural.
- Se analizó de manera detallada el elemento identitario del Bosque Mágico, comprendiendo el proceso artesanal que desarrolla su propietario para dar vida a un paisaje natural con un alto potencial turístico.
- Se plantea el desarrollo de la marca colectiva para el impulso del turismo rural del Bosque Mágico.
- Se realizó un elemento gráfico que reúna las fortalezas turísticas del Bosque Mágico y que sirva como base de la marca colectiva para la ejecución del proyecto turismo rural en el Bosque Mágico.
- Se exploraron proyectos turísticos y de marca colectiva como referentes para el proyecto, que se han desarrollado a nivel nacional e internacional con el objetivo de identificar fortalezas para fortalecer la ejecución de la propuesta de turismo rural en el Bosque Mágico.

## 11 Bibliografía

### Formulación del problema

- IICA, Instituto Interamericano De Cooperación Para La Agricultura. (2014). Guía para la Formulación de Planes de Desarrollo Turístico. San José, Costa Rica.

### Justificación

- Yomayusa Martínez, Liseth., & Amparo Vivas Osorio, Gloria. (2014). Propuesta turística para el municipio de Santander De Quilichao con elementos para la construcción de una marca región. Santander De Quilichao: universidad del valle- sede norte del Cauca, facultad de ciencias de la administración programa administración de empresas.

### Marco metodológico

- Sampieri, R. H., Collado, C. F., Lucio, P. B., Valencia, S. M., & Torres, C. P. M. (1998). *Metodología de la investigación* (Vol. 6). México, DF: Mcgraw-hill.
- Rodríguez Benítez, C. (2007). Estrategias Territoriales De Innovación Y Transferencia De Tecnología. Ciencia En Su Pc.

### Marco Contextual

- Sistema nacional de informacion cultural ,Sinic.Gov.. *colombia cultural*. Obtenido de colombia cultural:  
<http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=19&COLTEM=216>
- Paredes F., D. G. (2007). Santander de Quilichao historia, presente y futuro. Hacia la reconstrucción de su identidad. Santander de Quilichao: alcaldia municipal Santander de Quilichao.

- Alcaldía municipal de Santander de Quilichao. Santander a grandes pasos. De Diana Perlaza Serna, *coordinadora de turismo*, & Jose Cristobal. Gonzales H, *coordinador de cultura*. Santander de Quilichao.
- Alcaldía de Santander de Quilichao – Cauca "Santander de Quilichao - Compromiso de Todos" <http://santanderdequilichao-cauca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Sitios-de-Interes.aspx>

### **Marco teórico**

- Ministerio De Desarrollo Social. (2015). Marca Colectiva [Power Point], Secretaría De Economía Social, Argentina. Argentina Trabaja.
- IICA, Instituto Interamericano De Cooperación Para La Agricultura. (2014). Guía para la Formulación de Planes de Desarrollo Turístico. San José, Costa Rica.
- Valdés de León, Gustavo A (2010). Tierra de nadie: una molesta introducción al estudio del diseño - 1a ed. - Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- García M, A. Luis (2006), El uso de marcas como herramienta para apoyar estrategias competitivas en turismo comunitario, Oficina internacional del trabajo, Ginebra.
- Creativo., I. (2014). Taller imagen y marca. Express Cultura, España.

### **Marco Referencial**

### **Referentes de Guadua**

- Teneche, G. (13 de mayo de 2015). *Centro Nacional Para El Estudio Guadua Bambú – Centro De La Guadua*. Obtenido de <https://guaduabambucolombia.com/2015/05/13/centro-nacional-para-el-estudio-guadua-bambu-centro-de-la-guadua/>

- Tiantian Xu, A. ((2015)). *Teatro De Bambú/DNA*, Obtenido De <https://www.archdaily.co/co/895176/teatro-de-bambu-dna>

### **Referentes de Marcas**

- Hernández Chávez, Reyna Elizabeth. *Marca país México: un logo con estética*, #R 1 Volumen 1, México.  
Sitio web: <file:///C:/Users/LINA/Downloads/3-43-1-PB.pdf>
- Guille Delicia (12 de septiembre de 2012) .Rediseño Marca País Colombia  
Sitio web: <http://www.designals.net/2012/09/rediseno-marca-colombia/>
- Luna, David. *Equipo creación Marca Región del Norte del Cauca, Manual De Imagen E Identidad Corporativa del Norte del Cauca*.  
Sitio web: <http://calameo.download/000072167c26171adf50d>